

**ABSTRAK**  
**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS YANG**  
**DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA LBC CABANG KOTABARU**  
**YOGYAKARTA**

**DIAN EKA WINARTININGSIH**  
**141070300**

**PEMBIMBING I**  
**PEMBIMBING II**

**: Dr. Haddy Suprpto, MS**  
**: Drs. Didit Herlianto, M.Si**

Masalah penelitian yang paling pokok adalah bagaimana pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan terhadap Loyalitas, Apakah nilai pelanggan mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tanpa melalui kepuasan pada pelanggan dan apakah nilai pelanggan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tanpa melalui kepuasan pada Pelanggan *London Beauty Centre* (LBC) cabang Kotabaru. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada Pelanggan *London Beauty Centre* (LBC) cabang Kotabaru.

Penelitian dilakukan pada klinik kecantikan *London Beauty Centre* (LBC) dikawasan Kotabaru (Jl. Suroto 12), Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan pada bulan November 2011. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan skunder. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis pelanggan *London Beauty Centre* (LBC) cabang Kotabaru.

Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan koefisien *path* ( $p_3$ ) pengaruh langsung nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,499 (positif) dan signifikan pada taraf signifikansi 0,05 ( $Sig. t = 0,000 < 0,05$ ), yang berarti nilai pelanggan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dan sebaliknya, semakin rendah nilai pelanggan maka semakin rendah pula loyalitas pelanggan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa nilai pelanggan secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan dengan koefisien *indirect effect* ( $p_1p_2$ ) sebesar 0,141 (positif) dan  $Z_{hitung} = 2,678 > 1,96$ . Ini berarti kepuasan merupakan intervening positif antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai pelanggan yang dialami konsumen maka semakin tinggi pula kepuasannya yang mana hal ini akan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Sebaliknya, semakin rendah nilai pelanggan maka semakin rendah pula kepuasannya, yang mana hal ini akan menurunkan loyalitas pelanggan konsumen tersebut.

Kata kunci: pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas yang dimediasi kepuasan pelanggan pada LBC cabang kotabaru yogyakarta